

MEMÓRIAS AFETIVAS DA INFÂNCIA E SEU IMPACTO NA FORMAÇÃO DO TURISTA¹

Mirian Cristina Vidal da Rocha
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ
mirianala@yahoo.com.br

Franklin Eduardo Oliveira Amaral Bezerra
Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca – CEFET/RJ
franklin.sup@hotmail.com

Paulo Alan Deslandes Fragoso
Universidade Federal Fluminense – UFF
dib.designinbox@gmail.com

André Luís Faria Duarte
Comissão Nacional de Energia Nuclear – CNEN
professor@andreluis.pro.br

RESUMO

O presente trabalho investigou o impacto de viagens vivenciadas na infância, para, assim, verificar se tal experiência contribuiu para o desenvolvimento do gosto de viajar futuro e, conseqüentemente, formar um turista a partir de tal vivência. Desse modo, este estudo teve como objetivo principal identificar o papel da memória nesse processo de formação do turista. Este estudo justifica-se pelo importante entrelaçamento entre a memória e o turismo, visto que a experiência turística está vinculada, também, à memória afetiva. Para cumprir as finalidades deste estudo, foi utilizado um questionário, no formato online, a partir da plataforma do Google Forms, disponibilizada de 20 de abril de 2021 até 20 de maio de 2021, contendo perguntas abertas e fechadas. Ao se debruçar na análise dos dados da pesquisa, verificou-se que a memória afetiva teve impacto significativo no desenvolvimento do gosto por viajar. Sendo assim, este estudo caracteriza-se, dentro do campo do turismo, como uma reflexão importante no que se refere ao desenvolvimento de estratégias voltadas para o público infantil.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo; Infância; Memória.

¹ Recepção: Ago/2021.

Aprovação: Abril/2022.

Publicação: Ago/2022.

AFFECTIVE CHILDHOOD MEMORIES AND THEIR IMPACT ON TOURIST FORMATION

ABSTRACT

The present work investigated the impact of travels experienced in childhood, in order to verify if such experience contributed to the development of the taste for future travel and, consequently, to form a tourist from such experience. Thus, this study aimed to identify the role of memory in this tourist training process. This study is justified by the important intertwining between memory and tourism, since the tourist experience is also linked to affective memory. To fulfill the purposes of this study, a questionnaire was used, in online format, from the Google Forms platform, available from April 20, 2021 to May 20, 2021, containing open and closed questions. When analyzing the research data, it was found that affective memory had a significant impact on the development of a taste for traveling. Therefore, this study is characterized, within the field of tourism, as an important reflection regarding the development of strategies aimed at children.

KEYWORDS: Tourism; Childhood; Memory.

1 INTRODUÇÃO

O turismo, enquanto área do conhecimento que ganha cada vez mais espaço, pode ser entendido também sob a chave da dimensão social, e, neste sentido, como turismo de experiência. Ou seja, para além das dimensões políticas, econômicas e culturais do turismo, podemos nos debruçar sobre as experiências marcadas num sujeito, como experiência pessoal, e dessa análise retirar a importância do turismo no desenvolvimento pessoal do indivíduo, bem como sua contribuição para o gosto de viajar e passear.

O presente estudo busca apresentar reflexões a partir da relação entre o turismo e a memória afetiva num momento particular da vida do ser humano: a infância. Tida como lugar privilegiado da experiência já consolidada, mas também como espaço de desenvolvimento de processos identitários de um sujeito a partir de uma experiência singular e marcante, já que a infância deixa marcas latentes no indivíduo, acessada pela memória e pelo retorno ao local que deixou tal impressão ou dos objetos que fazem recordar como as fotografias.

Esta pesquisa aborda a importância da memória afetiva na formação de um turista e como isso se dá de maneira mais enfática quando surge na infância. Assim, o estudo busca identificar a contribuição das viagens realizadas na infância e perceber se as mesmas contribuem para despertar o gosto por viajar.

As experiências constroem marcas no indivíduo e contribuem para a memória afetiva de lugares visitados. Para alcançar a memória originada na infância, será necessário revisitar as mesmas com intuito de descrever a importância delas para o turista. A memória cria desse modo, uma relação especial com o lugar, podendo ser acessado novamente a partir da revisitação do local. Sabemos que a memória é algo, muitas vezes, movediça no sentido de

incluir também a imaginação, mas nos apoiaremos além dos relatos de viagem, naquilo que reforçam tais memórias, como fotografias, impressões de terceiros e lembretes.

As experiências de viagem compõem uma espécie de álbum de lembranças que proporciona ao indivíduo uma relação com aquilo que vivenciou. O turismo, além de proporcionar a vivência de tal experiência, contribui para o desenvolvimento pessoal à medida que torna o destino como algo único. Que tipo de rastros tal experiência escreve nas experiências turísticas futuras?

O tema da pesquisa gira em torno dos roteiros turísticos passíveis de serem remontados pela memória afetiva do turista, e das histórias por trás de sua narrativa, a partir de um roteiro estruturado. Será privilegiado o momento específico da infância, ou seja, viagens que tenham marcado esse momento da vida das pessoas e se deterá mais pormenorizadamente, portanto, na memória individual.

O trabalho vincula-se ao entendimento de que o turismo está relacionado à experiência e à memória afetiva. Importa, com este estudo, proporcionar uma visão mais ampla acerca do necessário entrelaçamento entre a memória e o turismo. Assim, o presente estudo justifica-se, principalmente, por buscar relacionar a memória com o turismo e analisar o impacto causado no sujeito a partir de suas experiências turísticas.

O artigo é estruturado por esta introdução, seguida pelo referencial teórico utilizado na pesquisa, que trata dos tópicos “O Papel da Memória”, “Breve Panorama sobre o Conceito de Infância” e “Infância e Consumo”. Em seguida são explicitados os procedimentos metodológicos e apresentados os resultados. Por fim, são feitas as considerações finais do trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nos últimos anos o campo da pesquisa em turismo se desenvolveu significativamente, tendo uma visão do turismo para além de seu papel como negócio para outras esferas do social, se apresentando, dessa forma, como um campo de estudo muito mais múltiplo e bagunçado (REN, 2021). Em estudo sobre a construção da noção de turista nas ciências sociais, Pronovost (2018, p. 167) sustenta que “o turismo e os turistas devem ser considerados como objetos históricos e, portanto, mutáveis, marcados por interesses de conhecimento. Trata-se de uma realidade empírica que adquiriu gradualmente um significado cultural e, portanto, um valor”.

De acordo com Everingham, Obrador e Tucker (2021), a pesquisa sobre turistas tem focado na representação cultural dos corpos turísticos, priorizando a imagem sobre as ações do corpo. Para Vespestad, Lindberg e Mossberg (2019), as experiências dos turistas têm sido objeto de discussão considerável na pesquisa em turismo, e o conceito de valor das experiências está atraindo cada vez mais atenção. Tonetto, Tarouco e Costa (2018) pesquisaram as experiências emocionais mais comuns vividas por turistas. As principais foram alegria, interesse/entusiasmo, sentimento bom, felicidade e prazer. Dessa forma, Oliveira et al. (2019) ressaltam que a experiência do turista pode ser considerada uma variável de desempenho da competitividade do destino.

Inúmeras pesquisas destacam que as dimensões sociais, de gênero, econômica e cultural desempenham um papel importante nas práticas turísticas (LUCAS, 2019). Para Altamirano

Benítez, Túñez López e Marín Gutiérrez (2018), a revolução da Internet e as mídias sociais influenciam a concepção atual de turismo, já que não se pode falar de turismo de massas, pois agora o turista exige uma especialização em que a oferta se adapte às suas necessidades, o que gera uma segmentação crescente para abranger novos nichos de mercado e satisfazer a procura existente. Para esses autores, o novo turista interfere na realidade social e cultural que visita, sendo um viajante independente que modifica os processos tradicionais de viagem. Esse turista, para Branco e Teles (2020, p. 99), “se expressa por meio de seus hábitos de consumo, entre os quais estão suas escolhas em viagem”. Nesse sentido, a maioria dos entrevistados da pesquisa de Ocke (2013), têm vontade de viajar acompanhados por familiares, principalmente os cônjuges seguidos pelos filhos. Pimentel e Castrogiovanni (2015) sustentam que a maior mobilidade gerou um aumento no número de pessoas na situação de turistas em algum momento de suas vidas. Para esses autores, “Essa condição implica em lógicas de uso e de significação da realidade espacial, que unificam os sujeitos e os lugares em uma linguagem de leitura do mundo cada vez mais difundida e compartilhada” (PIMENTEL; CASTROGIOVANNI, 2015, p. 455).

2.1 O Papel da Memória

O turismo está relacionado à experiência e à memória afetiva. É importante proporcionar uma visão mais ampla sobre a relação da memória com o turismo.

Halbwachs (1990), no livro “A Memória Coletiva”, dedica um capítulo à reflexão sobre a possibilidade de haver uma memória estritamente individual. Nele o autor afirma que parte de nossas recordações são reconstruções daquilo que se recorda, com aquilo que é partilhado em dimensão social, mas também deixa evidenciado que uma memória puramente individual conta, ainda, com sua parte inventiva, no sentido de que não representa cópia fiel do ocorrido, mas uma representação emocional do fato (HALBWACHS, 1990).

O conceito de memória coletiva, para Halbwachs (1990), é abordado de maneira oposta à noção de memória individual, uma vez que a memória coletiva exige, além da pessoa que protagonizou o evento, outras que testemunhem e atestem que tal fato ocorreu. Desse modo, para ele, “diríamos voluntariamente que cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva” (HALBWACHS, 1990, p. 51).

De acordo com Halbwachs (1990), haverá sempre, quando tratamos de memória individual, uma interferência da história coletiva, que se baseará também no relato de outras pessoas. Desse modo, nossa lembrança se apoiaria tanto nas nossas recordações, quanto nos relatos de outros, trazendo maior credibilidade ao relato.

Relacionando essa proposta com as finalidades deste estudo, o turismo na infância é capaz de deixar rastros de sensações, impactos e vivências importantes de serem percebidas ao longo da vida adulta. Assim, é possível verificar até que ponto essas memórias são capazes de formar um turista, ou ainda, o gosto por viajar.

Com a massificação de propostas de destinos turísticos, aliadas à facilidade e à multiplicidade de plataformas pelas quais os destinos são preparados para encantar, o apelo a algo que permanece, como memória afetiva, é colocada como importante. Não raro são destinos cercados de apelos emotivos e convidativos, do ponto de vista do bem-estar, do investimento em algo que perdurará como experiência individual e de um grupo. Dessa forma, Pereira e Hor-

Meyll (2017) pontuam que decisões de viagem não estão necessariamente associadas a processos racionais, tendo considerável participação de componentes emocionais.

Para Dias (2015) a construção das memórias se dá a partir da junção entre as memórias coletivas e as memórias individuais, as quais, juntas, precisariam da interação entre o indivíduo e o grupo, como forma de mantê-la viva. Para a autora:

As memórias individuais podem ser entendidas como sendo constituídas a partir da memória coletiva, pois, para que elas se mantenham preservadas no espírito dos indivíduos, é essencial que estes permaneçam em contato com os outros de seu grupo e não percam a capacidade de pensar e de se lembrar como membro desse grupo. (DIAS, 2015, p. 131)

Além dessa realidade centrada no quanto nossa memória pode recriar eventos, é importante ressaltar, ainda, o impacto da mesma sob a fase adulta do indivíduo. Como algo situado numa esfera passada, poderíamos nos perguntar o impacto e/ou a relação dela com o futuro, e mais especificamente, relacionando com os objetivos propostos neste estudo, perguntar sobre as transformações que o indivíduo pode sofrer por meio de fatos vivenciados na infância, e se, de fato, a memória tem alguma relevância sobre sua história futura, ou mesmo se ela pode modificar o ser humano em alguma medida.

Neste sentido, este estudo busca uma perspectiva positiva das situações vivenciadas na infância e que, por meio do turismo na infância, podem impactar os hábitos turísticos de um adulto, bem como sua possível influência na escolha de destinos e atividades de viagens.

2.2 Breve Panorama sobre o Conceito de Infância

Considerando a proposta de analisar a relação entre turismo e memórias afetivas na infância, é válido observar o quanto as mudanças ocorridas ao longo do tempo contribuíram para tornar a criança como ser de direitos, assim como uma parte importante para a qual o mercado tem se voltado com ofertas de produtos destinados ao público infantil (MACIEL et al., 2018). Desse modo, será propício observar o quanto, nos dias atuais, o público infantil cada vez mais se tornou uma parte importante desse mercado, o que também se observa no setor do turismo.

É necessário observar a construção do termo “infância”, essa fase da vida humana, como uma construção social, conforme defende Pinto (1997). Este autor faz um estudo antropológico e histórico que demonstra a dimensão social da construção do termo infância, para justamente empreender uma abordagem sociológica para o termo. Ressalta o autor:

A perspectiva que adotamos nesta reflexão caracteriza-se por uma focagem nas dimensões sociais da infância, isto é, no conjunto de processos sociais, mediante os quais a infância emerge como realidade social, realidade essa que também produz, em certa medida, a própria sociedade (PINTO, 1997, p. 34).

O autor faz uma análise do termo infância a partir de uma perspectiva histórica. Tomando como base o trabalho de Ariès (1981), principalmente o estudo que trata sobre a vida familiar no Antigo Regime e a criança, Pinto (1997, p. 35) pontua que: “a inexistência de um sentimento da infância em séculos passados, não significa, necessariamente que as crianças fossem negligenciadas, desamparadas ou tratadas com menosprezo”. Para ele uma coisa é a não

existência do conceito de infância, outra coisa a ideia de afeição pelas crianças. Em resumo, o próprio contorno do significado do termo infância que sofreu diversas mudanças, até os dias atuais, mas a afeição por elas era algo existente em todas das épocas (PINTO, 1997, p. 35).

A partir dos séculos XVII e XVIII, inicia-se a perspectiva que compreendia a infância como fase autônoma e uma preparação para a vida adulta, que se iniciavam cedo, sobretudo nos setores da aristocracia e da burguesia. Era uma visão advinda da idade média, na qual a criança era tida como um pequeno adulto (PINTO, 1997, p. 34).

A ampliação do termo infância como fase da vida e sua valorização começa a ganhar forma por uma necessidade pedagógica. Já na Grécia, o conceito de *paideia*, mesmo não reservando nada de especial em relação à fase infantil, trouxe a questão da escolarização, o que mais tarde contribuiria para a distinção de infância. Isso porque ficou a cargo das instituições a formação e escolarização, que inicia com divisões etárias. Tais divisões contribuíram para a separação das faixas etárias e, conseqüentemente, do conceito de criança (PINTO, 1997, p. 36).

Contemporaneamente a criança, com todo reconhecimento e respeito adquiridos ao longo da história, é hoje uma fase da vida para a qual o mercado trabalha, incansavelmente, com ofertas de bens e serviços que são consumidos por eles. Inclusive o marketing direciona de maneira muito enfática suas ações visando o público infantil e veremos como isso impacta igualmente o setor de turismo.

2.3 Infância e Consumo

No trajeto que percorremos até aqui, vimos como a evolução e as mudanças no conceito de criança impactaram a constituição familiar e trouxeram demandas sociais importantes, direcionadas tanto em relação à educação das crianças, quanto aos seus direitos assegurados, como vimos no artigo do Estatuto da Criança e do Adolescente. Nesta seção buscaremos relacionar a infância e o consumo, numa tentativa de compreender as escolhas familiares que estão centradas também nas decisões das crianças que compõe a família.

Maciel et al. (2018) fazem uma análise das escolhas familiares, relacionadas ao consumo de alimentos, e que estão centradas na figura da criança. Na defesa das ideias do texto, os autores enfatizam o poder decisório das crianças e as escolhas que impactam a família. Para eles:

É grande a influência das crianças na decisão de compra de seus pais, abrangendo esta, itens para as mesmas, como lanches, roupas e eletrônicos; itens para os membros da família, como objetos, móveis, eletrodomésticos, comida, entre outros; além de itens para os membros da família não sendo para a casa, como férias, carros e restaurantes (MACIEL et al., 2018, p. 546).

Tendo em vista a aptidão em influenciar o contexto familiar com suas demandas, a criança tem feito crescer, como já ressaltado, um mercado que gira em torno de sua figura. No artigo referenciado acima, o foco da análise gira em torno de consumos alimentícios. Nossa abordagem pretende estender o conceito para o campo que nos dedicamos, ou seja, o turismo, pois se verifica tal influência também nas decisões relacionadas às férias da família.

Na atualidade existe um novo modelo de família, no qual, a maior transformação foi em relação ao aumento do status dos filhos no domicílio à medida que novas

dinâmicas se estabeleceram dentro da família, o que criou uma nova relação de poder, onde os pais não tomam as decisões isoladamente, o processo de decisão desenvolve-se em uma relação bidirecional, havendo uma influência mútua entre pais e filhos (MACIEL et al., 2018, p. 546).

Assim, compreende-se que a criança ganha centralidade nas decisões da família e passam a opinar sobre o consumo da casa, desde as decisões mais cotidianas, como o que comer no jantar, por exemplo, até decisões com maior impacto para a família, como para onde viajar, passar férias e quais os passeios a serem feitos.

Para Kushano (2013, p. 125) o turismo buscou uma estratégia para consolidar nichos dentro do que oferta, ou seja, a segmentação intencional e estratégica, como uma tendência para o mercado do turismo. Assim, para a autora:

Uma das tendências do mercado é a segmentação, estratégia que permite a identificação e a análise dos consumidores reais e potenciais. Dentre as características de segmentação, está o aspecto demográfico, sendo a faixa etária de um grupo homogêneo de indivíduos um de seus principais focos. Deste modo, tem-se o turismo de juventude, o turismo de terceira idade, assim como o turismo infantil (KUSHANO, 2013, p. 125-126).

Em conformidade com as ideias de Kushano (2013), o presente estudo pretende contribuir para reflexões no âmbito do turismo e da infância, como fase na qual é delineado o gosto por viajar, pois são igualmente consumidoras dos produtos turísticos. Assim, buscamos esclarecer o quanto a memória pode, ainda que por meio de uma reconstrução, recuperar a experiência vivenciada na infância.

Partindo da premissa de que as crianças participam de atividades turísticas e por isso são consumidoras de produtos e serviços turísticos – sejam eles exclusivamente direcionados ou adequados para elas, seja viajando em família ou por meio do turismo pedagógico (junto com professores e colegas), e também em grupos de mesma idade, como nos acampamentos e colônias de férias – percebe-se que também exercem um papel social: o de turista (KUSHANO, 2013, p. 126).

A realização de atividades e desenvolvimento de produtos que levem em consideração o público infantil é de suma importância, não apenas para o desenvolvimento das crianças, mas igualmente para que se possa oportunizar mais situações nas quais eles desenvolvam o protagonismo. Assim, torna-se importante direcionar produtos para esse público, sendo o turismo um setor importante nesse sentido. Segundo Piola, Andrade e Kushano (2018, p. 14), “O turismo apresenta-se como atividade capaz de proporcionar tais direitos nos níveis formais e não formais”.

O turismo, desse modo, pode oportunizar não apenas o lazer em si, mas contribuir para o pleno desenvolvimento da criança, ao mesmo tempo em que oportuniza um maior contato com culturas, costumes, paisagens. Para tornar a experiência infantil cada vez mais singular, todo o mercado do turismo tem se adequado a essa demanda, criando espaços que sejam propícios e acolhedores para o público infantil. Kushano (2013, p. 132) ressalta que “No Brasil, o Guia Quatro Rodas (2008) apontou 2007 como um marco, em que os hotéis, os resorts e as pousadas, criaram novos espaços para o lazer infantil, aumentaram o treinamento e a especialização de equipes de lazer e apuraram os cardápios mirins”.

Todas essas referências giram em torno de uma mesma necessidade: tornar a experiência das crianças, no turismo, como significativa, única e especial. O setor tem se esforçado e se preparado para, cada vez mais, proporcionar viagens que tenham um lugar especial na memória da criança, e por isso mesmo, estimular um consumidor desde a mais tenra idade. Neste sentido, o turismo aponta para o futuro, na medida em que investe, ao proporcionar momentos com diferencial, num consumidor que poderá usufruir de seus produtos por mais tempo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Do ponto de vista da abordagem, foi utilizada a pesquisa qualitativa, que de acordo com Silva e Menezes (2001),

Considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. [...] Os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem (SILVA; MENEZES, 2001, p. 20).

Foi também utilizada abordagem quantitativa, com o uso de estatística descritiva, para apresentação dos dados coletados. Nessa abordagem, opiniões, problemas e informações são traduzidos em números para serem entendidos (MICHEL, 2009).

Pode-se afirmar, então, que a pesquisa utilizou abordagem quali quantitativa.

O enfoque quali quantitativo marca a mudança no cenário das pesquisas de representação social. Antes apenas qualitativas e, por isso, consideradas insatisfatórias pela impossibilidade de generalizar resultados, porém, pretensamente mais aprofundadas. Por sua vez, as pesquisas quantitativas, cuja característica principal é gerar as quantidades e as distribuições estatísticas das opiniões em uma dada coletividade, não alcançavam os aspectos desejáveis em pesquisas dessa natureza (MARINHO, 2015, p. 101).

Quanto aos objetivos, a pesquisa se classifica como pesquisa exploratória, uma vez que se debruça em identificar a contribuição da memória afetiva a partir de viagens realizadas na infância e o turismo. Esse tipo de pesquisa proporciona compreender o objeto de estudos em sua inteireza, construindo e levantando hipóteses para a pesquisa. Silva e Menezes (2001), ao descreverem essa classificação, nos esclarecem que a pesquisa exploratória

visa proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito ou a construir hipóteses. Envolve levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; análise de exemplos que estimulem a compreensão (SILVA; MENEZES, 2001, p. 21).

Quanto aos procedimentos metodológicos, foi realizada revisão bibliográfica, com livros, artigos, periódicos e sites sobre o tema a ser pesquisado. Para Gil (2002, p. 45), “A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a

cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente”. Esse tipo de pesquisa pode, portanto, ser considerada como o primeiro passo de toda a pesquisa científica. Foi realizado, também, *survey*, que é um procedimento metodológico adequado quando se “deseja investigar um problema cuja resposta depende das informações diretas vindas das pessoas” (MINEIRO, 2020, p. 285).

Para a coleta dos dados foi utilizado o questionário, que se refere a uma série de questões que devem ser respondidas sem a presença do entrevistador (MICHEL, 2009). De acordo com Martins e Theóphilo (2009), é um instrumento importante e popular para a coleta de dados de pesquisa social. O questionário coletou dados relacionados à viagem realizada na infância e se deu por escrito pelo formulário *Google Forms* contendo 13 perguntas e a divulgação e pedidos de contribuição foram solicitados pelas redes sociais Facebook, WhatsApp e Instagram, iniciando em 20 de abril de 2021 até 20 de maio de 2021. A divulgação nessas redes sociais se deu a partir do perfil dos pesquisadores, e não em grupos específicos. No total foram respondidos 120 questionários.

Em relação à estrutura do questionário *online*, do total das 13 perguntas, sete eram quantitativas fechadas com respostas estabelecidas previamente. As outras seis perguntas eram qualitativas abertas, as quais deram a oportunidade de os participantes responderem com suas opiniões pessoais, descrevendo com mais riqueza de detalhes sobre sua experiência turística.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

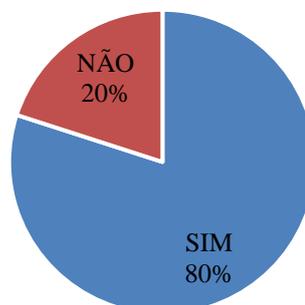
Tendo como pressuposto que a formação do ser é significativamente afetada por suas memórias da infância, o presente trabalho pretende investigar o papel da memória nesse processo de formação do turista, incluindo a forma como as mesmas podem impactar nos hábitos turísticos de um adulto, bem como sua possível influência na escolha de destinos e atividades de viagens. Para dar conta dos objetivos propostos neste estudo, o trabalho buscou embasamento e autores que se debruçam sobre os temas da infância e memória, consumo na infância, dentre outros.

O questionário primeiramente buscou a informação sobre se o participante havia feito alguma viagem que ele considerasse marcante na infância, além das informações pessoais como nome, idade, data de nascimento, e-mail e o sexo. Não houve delimitação de faixa etária para o conceito de infância, ou seja, ficou por conta do respondente identificar a idade da infância. A pergunta inicial determinou quem poderia ou não participar da pesquisa.

4.1 Participantes

Este estudo faz parte de uma investigação, a qual envolveu uma amostra de 120 questionários direcionados a um público específico, para o qual este trabalho se volta: pessoas que tenham realizado uma viagem na infância e que ela tenha sido significativa para sua vida, excetuando interesses por gênero ou idade do participante. Assim, dos 120 participantes, 96 declararam que realizaram uma viagem marcante na infância (gráfico 1).

Gráfico 1 – Viajou para algum lugar marcante na infância?



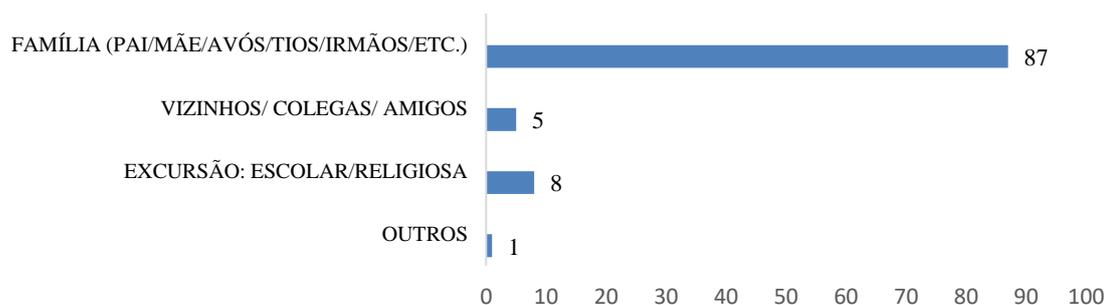
Fonte: Resultados originais da pesquisa, 2021.

Do percentual de pessoas que declararam que não realizaram uma viagem interessante na infância, ou seja, 20%, corresponde a 24 pessoas. Já o percentual de respostas positivas à referida pergunta, 80%, corresponde a 96 pessoas.

4.2 Análise dos dados da pesquisa

Outra pergunta do questionário solicitava a seguinte informação: Com quem você realizou essa viagem? Foram elencadas as seguintes respostas prévias, na ordem em que aparecem: Família (pai/mãe/avós/tios/irmãos/etc.); Vizinhos/colegas/amigos; Excursão: escolar/religiosa e outros.

Gráfico 2 - Com quem você realizou essa viagem?



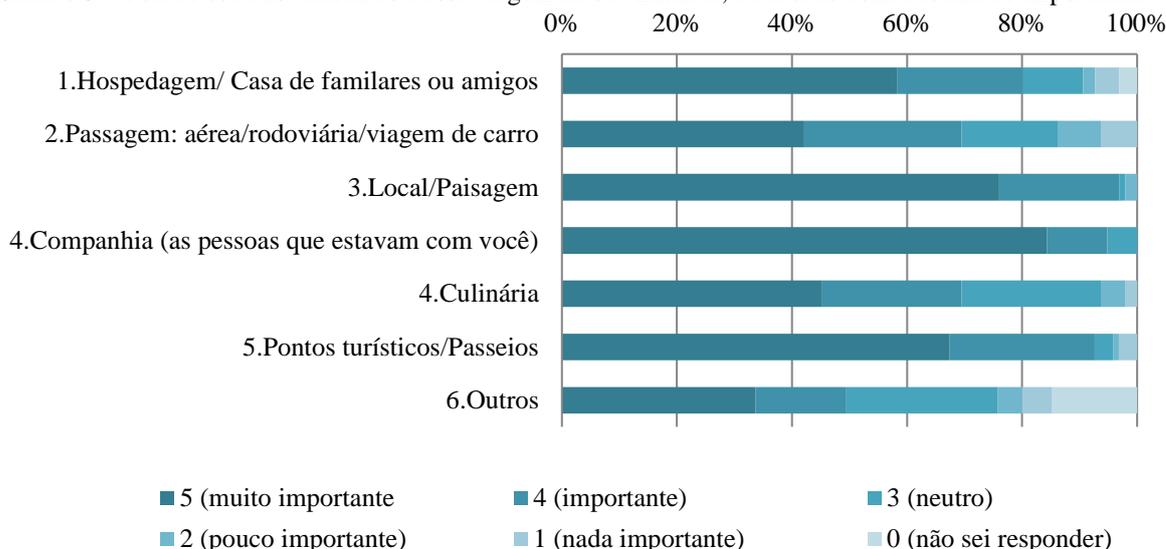
Fonte: resultados originais da pesquisa, 2021

O total de 87 respondentes, ou seja 90,6%, assinalaram que a viagem foi feita em família; 5 respondentes (5,2%) com vizinho, colegas e amigos e 8 (8,3%) das pessoas realizaram essa viagem significativa em suas vidas em excursões (escolares/religiosas). Esse percentual pode indicar que as viagens que se realizam com pessoas importantes, tornam-se,

por isso, uma experiência diferenciada e única. Nesse sentido, Ocke (2013) sustenta que a indústria do turismo tem se esforçado para atrair o mercado da família.

A questão seguinte corrobora esta percepção, tomando como base o universo da amostragem a qual este trabalho se dedica a investigar. O gráfico 3 ilustra as respostas dos participantes em relação ao pedido de conferir uma escala de 0 a 5 para alguns itens relacionados à viagem. São eles: hospedagem/casa de familiares ou amigos; passagem: aérea/rodoviária/viagem de carro; local/paisagem; companhia (as pessoas que estavam com você); culinária e pontos turísticos/passeios. A escala variava, como ressaltado, de 0 a 5, sendo 0 (não sei responder), 1 (nada importante), 2 (pouco importante), 3 (neutro), 4 (importante) e 5 (muito importante). A partir do gráfico 3, percebe-se que o item que faz referência a companhia, ou seja, para as pessoas com quem eles fizeram a viagem, a escala chegou ao número de 80% de respostas com a escala 5 (muito importante), para esse item.

Gráfico 3 – Pontue os itens referentes a essa viagem na sua infância, de acordo com a escala de importância.



Fonte: resultados originais da pesquisa, 2021.

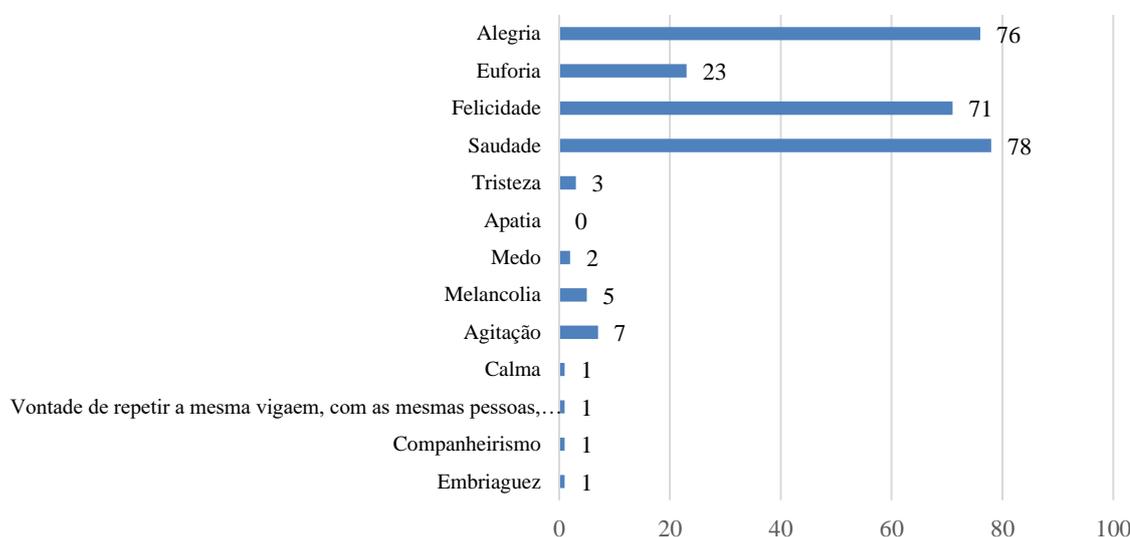
Para as finalidades delineadas nesta pesquisa, a resposta acima alcança maior importância, uma vez que versa sobre a relação das memórias em si, com as pessoas com as quais tais memórias foram compartilhadas. Nota-se que, ao assinalarem como muito importante (item companhia), na referida amostra, delineia que as memórias afetivas se relacionam, não apenas com o local para o qual se viajou, mas ainda para com quem se realizou tal viagem.

O segundo item mais assinado foi o item 3 (local/paisagem). Pouco mais de 70% das pessoas assinalaram a escala 5 (muito importante) para esse item. Assim, tanto a companhia, quanto o local foram relacionados como os aspectos mais importantes na viagem realizada na

infância. A hospedagem foi respondida com item 5 (muito importante) para pouco mais de 50% dos que responderam ao questionário, ficando atrás ainda, em termos de importância, para o item 6, pontos turísticos e passeios, que recebeu pouco mais de 60%, com escala 5 (muito importante).

Uma outra questão - Quando se recorda dessa viagem qual/ quais dos sentimentos abaixo são despertados em você? - foi direcionada com a finalidade de identificar os sentimentos relacionados com a viagem realizada na infância e, assim, identificar a relação do participante com a viagem que o mesmo referenciou, se são sensações mais positivas ou negativas. Foram elencados os seguintes sentimentos: alegria, euforia, felicidade, saudade, tristeza, apatia, medo melancolia, agitação e outros.

Gráfico 4 – Quando se recorda dessa viagem qual/quais dos sentimentos abaixo são despertados em você



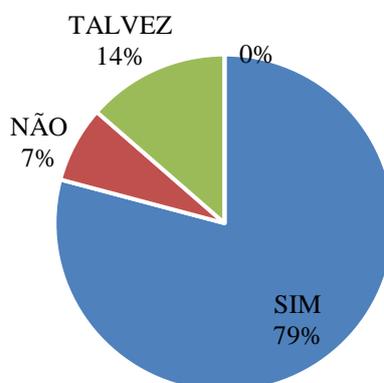
Fonte: resultados originais da pesquisa, 2021.

Do total de 120 respondentes, 78, o equivalente à 81,3%, relataram sentir saudades dessa viagem. 79,2%, um total de 76 pessoas, relataram, também, que sentiam alegria e 74% (71 participantes) relataram que sentiram felicidade. Nesse item era possível assinalar mais de uma opção, visto serem os sentimentos muitas das vezes elaborados por mais de um tipo de emoção. Ressaltamos, ainda, que 5,2%, 5 pessoas, relataram terem sentido melancolia ao se recordarem da viagem e 3,1% sentiram tristeza ao reviverem esse momento de suas vidas. Um dos objetivos deste estudo foi investigar a relação do turista com o local visitado na infância e se o mesmo imprimiu marcas importantes no turista. O gráfico 4 nos faz alcançar tal objetivo, pois descreve os sentimentos envolvidos na viagem relatada. Em geral, os sentimentos são positivos em relação à viagem e poucos assinalaram sentimentos negativos em relação a mesma, o que nos faz compreender o impacto do turismo na experiência pessoal do sujeito, desde a infância. Tonetto, Tarouco e Costa (2018) também obtiveram como resultando de sua pesquisa a “alegria” e “felicidade” como principais emoções dos turistas. Esses autores também

identificaram a emoção “interesse/entusiasmo”, que pode estar relacionada à “euforia” da presente pesquisa.

Perguntados sobre se a referida viagem (realizada na infância) teve efeito significativo no gosto por viajar (questão 6), os participantes assinalaram, com um percentual de 79%, 76 participantes, que “sim”, que a viagem realizou impacto significativo no gosto de viajar, o que corrobora as propostas desse estudo no que diz respeito às memórias afetivas de infância possuírem impacto significativo na formação do turista e por despertar nele, o gosto por viajar. Outro ponto importante refere-se à importância desses fatores emocionais na tomada de decisão em relação à viagem de turismo (PEREIRA; HOR-MEYLL, 2017).

Gráfico 5 – A referida viagem (realizada na sua infância) teve efeito significativo no seu gosto por viajar?

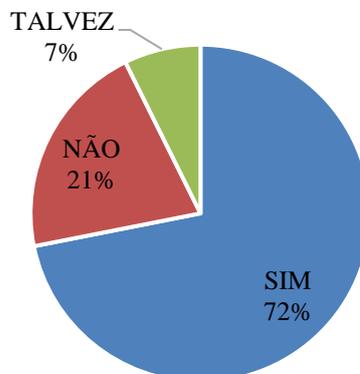


Fonte: resultados originais da pesquisa, 2021.

Apenas 7% dos participantes do estudo, cerca de 7 participantes, responderam que não teve impacto significativo e 14%, ou 13 participantes, responderam que “talvez” tenha tido impacto relevante em experiências turísticas futuras.

Outra pergunta importante questionava sobre se o participante havia realizado alguma outra viagem parecida ou que lembrasse a viagem realizada na infância. Para essa pergunta, dos 96 participantes, 69 relataram que “sim” (72%), que haviam vivenciado outro momento de igual impacto em suas vidas. 21% assinalaram “não”, ressaltando nos comentários que a realidade de suas vidas atuais não permitia usufruir de viagens como as que realizaram na infância, sobretudo por questões financeiras. Apenas 7% responderam “talvez” para essa pergunta, conforme demonstra o gráfico 6.

Gráfico 6 – Realizou alguma viagem parecida ou que te lembrasse essa (ou as viagens) que realizou na infância?

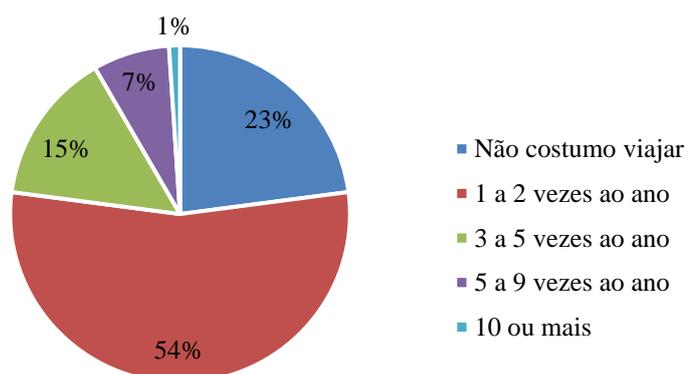


Fonte: resultados originais da pesquisa, 2021.

O principal objetivo dessa pergunta foi identificar se havia alguma relação entre as viagens realizadas na fase adulta, com as que realizaram na infância, a fim de identificar se o gosto por viajar foi, de alguma maneira afetado pela experiência que relataram neste estudo. Ou ainda, se a experiência turística vivenciada na infância desenvolveu o gosto por viagens na fase adulta. Em 72% dos casos, os participantes, ao relatarem que “sim”, ficou evidenciado, no universo da amostragem, que a experiência impactou de alguma maneira o gosto por viajar, corroborando as informações contidas no gráfico 5.

Por último, a questão sobre com que frequência o participante costumava viajar (antes da Pandemia de COVID-19), conforme demonstra o gráfico 7.

Gráfico 7 – Com que frequência você costuma viajar (antes da Pandemia de COVID-19)?



Fonte: resultados originais da pesquisa, 2021

Os dados informam que 54%, mais da metade dos participantes da pesquisa, assinalaram que viajam 1 a 2 vezes ao ano. 23% não costumava viajar, 15% viajam de 3 a 5 vezes ao ano, 7% de 5 a 9 vezes por ano e 1%, 10 ou mais vezes por ano. Entre os principais motivos listados,

entre os que relataram que não viajam, estão a situação financeira como principal impedimento para reviver a experiência. Embora não tenha sido previamente levantado esse aspecto ao longo do trabalho, os dados trouxeram essa realidade, o que de certa forma explica o percentual de 23% de participantes que assinalaram não viajar. O quadro 1 traz a colocação desses participantes.

Quadro 1 – Outras observações relevantes (opcional)

Outras observações relevantes (opcional):	
RELATOS PESSOAIS	
Respondente 2	Só não viajo mais por não ter dinheiro.
Respondente 4	Gosto muito de viajar e queria ter momentos como estes de novo, mas a condição financeira da minha família baixou muito e acredito que isso desestimula muitos a reviverem ou criarem momentos como estes.
Respondente 18	A situação financeira, infelizmente me impede de ter mais momentos como esse.
Respondente 53	Como a família cresceu, ficou impossível realizar viagens em família, mas gostaria...

Fonte: resultados originais da pesquisa, 2021.

Dentro do universo dos relatos dos participantes, nem todos escreveram nesse campo, contendo esses quatro relatos sobre suas situações financeiras e o porquê de não realizarem viagens no presente.

Outra questão perguntava aos participantes o que mais teria marcado a experiência turística deles, ou seja, o porquê da viagem vivenciada na infância ter sido especial. Para apresentar os dados referentes a essa pergunta, dividimos os resultados em categorias que expressam as respostas dos 96 participantes do questionário. São elas: local, companhia/culinária, diversão, tradições/cultura, transporte e bem estar. Nesse itinerário que marcou a vida das pessoas que participaram desta pesquisa, a viagem realizada na infância, foi caracterizada como especial de acordo com cada uma dessas categorias, o que podemos verificar a partir do quadro 2.

Quadro 2 – O que mais marcou essa experiência?

Relatos da experiência de viagem relacionados ao local – 32 respostas
A experiência de ficar num local aonde existia apenas a casa em que fiquei hospedada fez dessa viagem uma aventura, pois lá conheci o que era um colchão de palha, também pude observar como funcionava um sistema de iluminação alimentado por baterias de carros, além dos banhos serem disponíveis por uma cachoeira. [Respondente 1].
A sensação e a paz do lugar [Respondente 10]
O lugar diferente. Era a primeira vez que eu ia ao zoológico no Rio de Janeiro. [Respondente 12]
O lugar e como ele proporcionou e influenciou os bons momentos. [Respondente 14]
A paisagem. [Respondente 16]
A experiência de conhecer um lugar novo. [Respondente 17]
os lugares que vi, como se vestiam e comportavam as pessoas dali, e as comidas daquela região. [Respondente 19]

Conhecer lugares novos. [Respondente 23]
Experiência no interior. [Respondente 24]
O fato de sentir liberdade no lugar aonde estava. [Respondente 26]
A história do lugar e o clima de cidade pequena. [Respondente 30]
Contato com a natureza, especialmente, animais. [Respondente 33]
Os lugares lindos que eu vi. [Respondente 37]
Eu tinha uma calopsita, e ela fugiu nessa viagem. Achei no dia seguinte, mas foi algo que me marcou. O lugar que eu fui era um lugar incrível com pessoas incríveis, então isso me marcou também. [Respondente 38]
Uma viagem que eu fiz a Paraíba, no meio da viagem passei alguns dias no interior, o nome do lugar era Sapé, lugar muito lindo, só que em assistência ao turista não foi muito bom, não falam o que você pode encontrar, se a criminalidade é alta, etc. [Respondente 41]
Conheci lugares novos. [Respondente 46]
Moro no Sudeste, fui para o Sul do Brasil, conheci outra cultura, outra paisagem, um país diferente dentro do mesmo país. [Respondente 48]
Os lugares que conheci. [Respondente 51]
Minha primeira vez na região dos lagos – RJ. [Respondente 53]
Conhecer um local diferente do que estava acostumada estar, viajar de ônibus de turismo, ficar olhando a estrada pela janela durante o trajeto e realizar essa viagem com meu pai, tia e primos. [Respondente 56]
A chegada no destino: totalmente plano. [Respondente 57]
As casas antigas foi no interior de MG Tiradentes Ouro Preto e Congonhas. [Respondente 63]
Conhecer vários lugares novos. [Respondente 66]
Local e tipo de clima. [Respondente 67]
Como a paisagem era bonita. [Respondente 68]
A estrada. A paisagem. Os bichos pelo caminho. Ver as pessoas simples, sem perceberem que estavam sendo observadas por mim. [Respondente 73]
Conhecer vários lugares novos. [Respondente 74]
O mar. [Respondente 77]
A natureza. [Respondente 81]
Conhecer as Cataratas do Iguaçu. [Respondente 85]
A beleza da paisagem e o clima frio. [Respondente 92]
A beleza da paisagem e o clima frio [Respondente 93]

Fonte: resultados originais da pesquisa, 2021.

Dos 96 participantes do questionário, 32 deles relataram que o que mais marcou a experiência na viagem que realizaram na infância foi o local. Para esses respondentes, o local tornou a viagem mais especial de alguma maneira, como relata o respondente 14: “O lugar e como ele proporcionou e influenciou os bons momentos”. As respostas dispostas no quadro 3 nos auxiliam no entendimento da importância do local para a experiência turística, não apenas relacionado aos critérios usuais como limpeza, organização e atividades possíveis de serem vivenciadas, mas também em relação a ser uma paisagem que mexe com os sentidos: o clima, a beleza do lugar, a sensação de paz. Esses critérios, por mais subjetivos que possam ser, orientam o campo do turismo no sentido de sempre proporcionar de fato uma experiência com

o lugar. Isso reforça o que dizem Oliveira et al. (2019) acerca da experiência do turista ser considerada uma variável de desempenho da competitividade do destino.

Na mesma questão, 27 respondentes apontaram que o que tornou a viagem especial foram as pessoas com quem estavam. Foi percebido, ao longo da análise dos dados, que as respostas a essa pergunta também associavam, em alguma medida, a culinária, ou mesmo o momento das refeições. Para esses 27 participantes, o que tornou a viagem realizada na infância especial foi a companhia e a culinária (Quadro 3).

Quadro 3 – O que mais marcou essa experiência?

Relatos da experiência de viagem relacionados à companhia / culinária – 27 respostas
O convívio. Até hoje me lembro das comidas que costumávamos comer, das atividades que costumávamos fazer. Quando descrevo para alguém de fora passo até a impressão de rotina mas para mim era como se fosse uma rotina mágica. Algo perfeito que eu quisesse sempre reviver igual [Respondente 3]
Foi a primeira viagem que fiz em família. Sair da rotina e ir a um lugar que não conhecia me deixou muito ansioso, por um lado bom. [Respondente 5]
Conhecer minha família [Respondente 7]
O contato com a natureza e pessoas da família [Respondente 11]
Família reunida [Respondente 15]
Viver bons momentos com meus familiares [Respondente 18]
Os lugares que vi, como se vestiam e comportavam as pessoas dali, e as comidas daquela região. [Respondente 19]
Família [Respondente 21]
Passei mal por comer boldo... [Respondente 25]
Poder estar com minha bisavó e tias. [Respondente 27]
Foi uma viagem com Família e amigos. [Respondente 36]
Foi na quinta da Boa Vista com minha mãe e meus irmãos e fizemos um piquenique. [Respondente 42]
Estar com a minha família [Respondente 43]
A culinária [Respondente 47]
As companhias [Respondente 50]
Os momentos com a família [Respondente 54]
As pessoas que eu conheci, primos e tias que nunca tinha conhecido [Respondente 71]
As pessoas envolvidas, as boas experiências (dificuldades que hoje são risadas), o lugar, e a felicidade de ter pouco e ao mesmo tempo um passeio tão agradável. [Respondente 72]
Brincadeiras com os meus primos e carinho dos avós [Respondente 78]
As aventuras vividas com a família. [Respondente 80]
As aventuras vividas com a família. [Respondente 83]
Os lugares que visitei, as comidas que experimentei. [Respondente 84]
A gostosura de estar em família e viagem de visita a casa do campo dos meus avós [Respondente 87]
As pessoas [Respondente 88]
Ir para um lugar diferente junto da minha mãe e poder conhecer pessoas novas. [Respondente 90]

Estar com minha família e brincar muito com outras crianças. [Respondente 95]

As paisagens, pessoas, costumes e a culinária. [Respondente 96]

Fonte: resultados originais da pesquisa, 2021.

Já para 19 participantes, o que mais teria marcado essa experiência singular na infância, foram as atividades realizadas, geradoras de diversão. Nesse quesito, os respondentes ressaltaram momentos específicos dentro do período de viagem, que foram responsáveis por fazer com que a mesma fosse inesquecível. Percebeu-se que, quando se referiam ao local, eles assinalavam exatamente o local que visitaram, mas quando se tratava da diversão, eles ressaltaram um momento específico de passeio que realizaram durante a viagem (Quadro 4).

Quadro 4 – O que mais marcou essa experiência?

Relatos da experiência de viagem relacionados à diversão – 19 respostas
As brincadeiras proporcionadas por novos ambientes – [Respondente 2].
Os passeios, as flores... [Respondente 6]
O parque. [Respondente 9]
O contato com a natureza e pessoas da família [Respondente 11]
A viagem até o destino e as atividades na cidade. [Respondente 22]
As cachoeiras [Respondente 28]
Contato com o mar [Respondente 29]
A possibilidade de me divertir com crianças da minha idade. [Respondente 31]
A forma que eu me divertia. [Respondente 32]
No Beto Carreiro [Respondente 34]
Foram as histórias contadas lá, e acordar com a vaca mugindo na janela do quarto. [Respondente 35]
Eu ensinei meu primo a baixar emulador de Game Boy Advanced no computador para jogar um jogo chamado "Pokémon FireRed" meu jogo preferido na época. Eu tinha uns 7 anos e foi muito legal ensinar algo que meu irmão tinha me ensinado ao meu primo. [Respondente 40]
As praias de Barra de Stº Antonio em Alagoas [Respondente 44]
Quando subi no pé de mangueira e cai [Respondente 49]
As diversões com meus amigos. [Respondente 55]
Conhecer o local de morada da família real portuguesa no Brasil [Respondente 58]
As novidades do lugar, as brincadeiras, o ambiente de um modo geral! [Respondente 64]
Cair em buraco na cachoeira [Respondente 70]
Onde ficamos, a piscina [Respondente 75]

Fonte: resultados originais da pesquisa, 2021.

Com base nas respostas dos participantes, outras duas categorias foram criadas para compreender mais sobre a experiência dos participantes: tradições/cultura e transporte. Nas duas categorias foram apuradas 6 ocorrências em cada. 6 participantes declararam que teriam sido marcados pelo traço cultura da região (Quadro 5).

Quadro 5 – O que mais marcou essa experiência?

Relatos da experiência de viagem relacionados à cultura/tradições – 6 respostas
Uma cultura diferente da minha cidade [Respondente 86]
Os lugares que vi, como se vestiam e comportavam as pessoas dali, e as comidas daquela região. [Respondente 19]
Conhecer a cultura da cidade natal de meus pais. [Respondente 30]
Conhecer novas pessoas e os hábitos e costumes deles. [Respondente 61]
Ver índios de perto [Respondente 69]
Foram as coisas antigas na época da escravidão, as igrejas e algumas imagens preservadas. [Respondente 76]

Fonte: resultados originais da pesquisa, 2021.

No que se refere à categoria “Transporte”, 6 participantes apontaram que o mesmo teria tornado a viagem mais especial. Nessa categoria eles relataram viagens de carro, avião e ônibus, ressaltando que o tipo de transporte teria impactado a experiência turística deles (Quadro 6).

Quadro 6 – O que mais marcou essa experiência?

Relatos da experiência de viagem relacionados a transportes – 6 respostas
O ônibus [Respondente 8]
Ter viajado de carro para conhecer familiares [Respondente 59]
Aventura de viajar de ônibus de madrugada, as comidas que mamãe leva. [Respondente 13]
A viagem até o destino e as atividades na cidade. [Respondente 22]
Conhecer um local diferente do que estava acostumada estar, viajar de ônibus de turismo, ficar olhando a estrada pela janela durante o trajeto e realizar essa viagem com meu pai, tia e primos. [Respondente 56]
Avião [Respondente 82]

Fonte: resultados originais da pesquisa, 2021.

Na categoria “bem-estar”, foram incluídas as respostas que faziam referência a uma sensação experimentada e que teria, por isso, impactado a viagem. Nessa categoria foram relatadas experiências de fé, sensação de paz, de tranquilidade, de liberdade (Quadro 7).

Quadro 7 – O que mais marcou essa experiência?

Relatos da experiência de viagem relacionados ao bem-estar – 6 respostas
A estadia num local de paz. [Respondente 39]
As sensações que a viagem despertava. [Respondente 52]
Encontro com Deus, em um sítio em Vila de cava, excursão da igreja. [Respondente 60]
A fé dos meus familiares [Respondente 65]
A liberdade que tinha de ir a qualquer lugar, no horário que quisesse, sem me preocupar com a falta de segurança que há hj. [Respondente 89]
O que mais me marcou foi a forma que eu registrava tudo na mente para contar depois pros colegas. [Respondente 91]

Fonte: resultados originais da pesquisa, 2021.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa dedicou-se a identificar o papel da memória na formação do turista, tomando como primordial as viagens realizadas na infância e acessadas a partir da memória afetiva por meio de roteiro do questionário. Desse modo, tendo em vista os aspectos apresentados, atesta-se que o adulto que hoje investe nas viagens como forma de lazer relata ao menos uma experiência turística significativamente marcante em sua infância, e que esta foi determinante para desenvolver de seu interesse em futuras viagens. Logo, o turismo tem relação direta com a memória afetiva individual e coletiva, visto que, ante a experiência positiva, provoca-se certa expectativa em recriar o momento que anteriormente já proporcionou felicidade e satisfação.

Buscou-se investigar a relação do turista com o local visitado na infância e como o mesmo pode imprimir marcas importantes no turista. Vimos, a partir dos dados apresentados que o turista se sentia bastante envolvido, sentimentalmente, com o local visitado na infância. Outro ponto importante foi o de analisar como a memória afetiva da infância, bem como suas histórias, desenhou um roteiro turístico, baseado nas experiências das pessoas que participaram da pesquisa. Por último, foi importante analisar o impacto do turismo na experiência pessoal do sujeito, a partir de sua vivência turística singular.

A pesquisa também aponta para a relação existente entre o local visitado na infância e suas atrações e o destino procurado pelo sujeito em sua fase adulta. Fatores relacionados à paisagem, aos passeios, à diversão, às tradições culturais, às companhias, à cultura, ao bem estar e à alimentação demonstram grande influência no poder de escolha, isso por proporcionar uma experiência singular, no sentido de cativar profundamente o sujeito. Revela-se, aqui, uma espécie de roteiro turístico baseado em vivências e sensações passadas.

Contudo, nem todo aquele que vivenciou uma viagem marcante em sua tenra idade possui a vida de um turista assíduo. Destaca-se, nesta pesquisa, a existência de adultos com potencial para atividade turística, salvo suas condições socioeconômicas, seja por falta de tempo, seja por falta situação financeira.

O presente estudo preocupou-se em compreender a relação de alguma viagem realizada na infância com o gosto por viajar, sobretudo na fase adulta. Percebeu-se, no decorrer da pesquisa que, embora tenhamos um corpus de 96 questionários, a afirmativa ressaltada não poderia ser tomada como uma verdade de amplo alcance, mas apenas restrita ao universo dos que participaram do questionário, já que o fato de não ter viajado na infância não significaria, de forma alguma, que a pessoa não realizaria nenhuma outra viagem em sua vida, ou que não teria seu gosto por viajar desenvolvido na fase adulta.

Outro fator importante de se notar tem relação com o fato desta pesquisa não ter se detido à análise dos participantes que afirmaram que nos dias atuais não viajariam, ainda que tenham elencado os motivos como a situação financeira. Assim, caberia complementar esse estudo, prevendo as situações que são impeditivas de se vivenciar, plenamente, as viagens. Outro ponto importante para ampliar o estudo seria aumentar a quantidade de participantes e dados referentes à pesquisa.

Este estudo levantou questionamentos relacionados à maior estratégia, dentro do setor do turismo, que englobe as crianças, visto serem elas, nos dias atuais, um setor que de alguma

forma direciona a família para determinados tipos de viagens. Além disso, demonstrou-se por meio desta pesquisa que a experiência positiva na infância, influencia em experiências turísticas futuras.

REFERÊNCIAS

- ALTAMIRANO BENÍTEZ, Verónica Paulina; TÚÑEZ LÓPEZ, José Miguel; MARÍN GUTIÉRREZ, Isidro. Turista 2.0: comportamiento y uso de los medios sociales. **Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación**, n. 137, p. 207-223, 2018. DOI: <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i137.3513>. Disponível em: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3513>. Acesso em: 10 fev. 2022.
- ARIÈS, P. **História social da criança e da família**. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1981.
- BRANCO, R.; TELES, A. Novas dinâmicas de consumo turístico: o papel da experiência na identidade do turista. **Revista Hospitalidade**, v. 17, n. 1, p. 98-114, 2020. DOI: <https://doi.org/10.21714/2179-9164.2020.v17n1.006>. Disponível em: <https://revhosp.org/hospitalidade/article/view/870/pdf>. Acesso em: 10 fev. 2022.
- DIAS, N. C. Entre a memória coletiva e a história da nação: a construção social da imagem do cachaceiro. **Revista Faces de Clio**, v. 1, n. 1, p. 123-149, 2015. Disponível em: <https://www.ufjf.br/facesdeclio/files/2014/09/1.8.Artigo-Nath%C3%A1lia-Dias.pdf>. Acesso em: 25 maio 2021.
- EVERINGHAM, P.; OBRADOR, P.; TUCKER, H. Trajectories of embodiment in Tourist Studies. **Tourist Studies**, v. 21, n. 1, p. 70-83, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1177/1468797621990300>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1468797621990300>. Acesso em: 9 fev. 2022.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- HALBWACHS, M. **A Memória coletiva**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1990.
- KUSHANO, E. S. Turismo Infantil: uma proposta conceitual. **Turismo & Sociedade**, v. 6, n. 1, p. 124-146, 2013. DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/tes.v6i1.28094>. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/28094>. Acesso em: 15 set. 2020.
- LUCAS, Leopold. ‘I was not able to go there’: Introducing a skills perspective about how tourists navigate in Los Angeles. **Tourist Studies**, v. 19, n. 3, p. 357-377, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/1468797619832309>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1468797619832309>. Acesso em: 9 fev. 2022.

MACIEL, W. R. E.; LIMA-FILHO, D de O.; QUEVEDO-SILVA, F.; SAUER, L. A. Influência dos Filhos no Processo de Decisão de Compra e Consumo Alimentar das Famílias. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 17, n. 4, p. 545-560, 2018. DOI: <https://doi.org/10.5585/remark.v17i4.4141>. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/remark/article/view/12455/6014>. Acesso em: 20 mar. 2021.

MARINHO, M. L. C. O Discurso do sujeito coletivo: uma abordagem qualiquantitativa para a pesquisa social. **Trabajo Social Global-Global Social Work**, v. 5, n. 8, p. 90-115, 2015. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10481/36792>. Acesso em: 9 fev. 2022.

MARTINS, G. de A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MICHEL, M. H. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MINEIRO, M. Pesquisa de survey e amostragem: aportes teóricos elementares. **Revista de Estudos em Educação e Diversidade**, v. 1, n. 2, p. 284-306, 2020. DOI: <https://doi.org/10.22481/reed.v1i2.7677>. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/reed/article/view/7677>. Acesso em: 11 fev. 2022.

OCKE, M. A. O Processo de Decisão de Compra de Férias da Família. **Revista Turismo em Análise**, v. 24, n. 3, p. 503-520, 2013. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v24i3p503-520>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/79785>. Acesso em: 11 fev. 2022.

OLIVEIRA, C. T. F.; ZOUAIN, D. M.; SOUZA, L. A. V.; DUARTE, A. L. F. Competitiveness of tourist destinations: demand and performance factors. **Tourism & Management Studies**, v. 15, n. 4, p. 17-26, 2019. DOI: <https://doi.org/10.18089/tms.2019.150402> Disponível em: https://www.tmsstudies.net/index.php/ectms/article/view/1136/pdf_138. Acesso em: 9 fev. 2022.

PEREIRA, M. L. da S.; HOR-MEYLL, L. F. Nostalgia de experiências memoráveis e a revisita a locais de turismo. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 16, n. 4, p. 535-548, 2017. DOI: <https://doi.org/10.5585/remark.v16i4.3678>. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/remark/article/view/12199>. Acesso em: 14 fev. 2022.

PIMENTEL, M. R.; CASTROGIOVANNI, A. C. Geografia e Turismo: em busca de uma interação complexa. **Rosa dos Ventos**, v. 7, n. 3, p. 440-458, 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v7iss3p440>. Disponível em: <http://www.ucs.com.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/3593>. Acesso em: 9 fev. 2022.

PINTO, M. A infância como construção social. In: **As crianças: contextos e identidades**. PINTO, M.; SARMENTO, M. J. (coord.), Universidade do Minho, Centro de Estudos da Criança, 1997. p. 33-73. Disponível em:

https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/40377/1/MP_MJS_1997_crianças_contextos.pdf. Acesso em: 15 mar. 2021.

PIOLA, F. G.; ANDRADE, D. de C. G.; KUSHANO, E. S. Etnografia e turismo: Um Estudo das Percepções e Sentimentos de Crianças Residentes na Ilha Do Mel – PR. **Applied Tourism**, v. 3, n. 2, p. 1-35, 2018. Disponível em:

<http://www.each.usp.br/turismo/publicacoesdeturismo/ref.php?id=30014>. Acesso em 24 maio 2021.

PRONOVOST, G. A construção da noção de «turista» nas ciências sociais. **Revista Hospitalidade**, v. 15, n. 2, p. 158-168, 2018. DOI: <https://doi.org/10.21714/2179-9164.2018v15n2.009>. Disponível em:

<https://www.rev Hosp. org/hospitalidade/article/view/791>. Acesso em: 9 fev. 2022.

REN, C. (Staying with) the trouble with tourism and travel theory?. **Tourist Studies**, v. 21, n. 1, p. 133-140, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1177/1468797621989216>. Disponível em:

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1468797621989216>. Acesso em: 9 fev. 2022.

SILVA, E. L. da; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3. ed. rev. atual. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

TONETTO, L.; TAROUÇO, F.; COSTA, F. Cidades turísticas e a projeção de valor emocional para as pessoas através de ambientes construídos. **GOT: Revista de Geografia e Ordenamento do Território**, n. 13, p. 435-458, 2018. DOI:

<http://dx.doi.org/10.17127/got/2018.13.019>. Disponível em:

<http://cegot.org/ojs/index.php/GOT/article/view/2018.13.019>. Acesso em 17 mar. 2022.

VESPESTAD, M. K.; LINDBERG, F.; MOSSBERG, L. Value in tourist experiences: How nature-based experiential styles influence value in climbing. **Tourist Studies**, v. 19, n. 4, p. 453-474, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/1468797619837966>. Disponível em:

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1468797619837966>. Acesso em: 9 fev. 2022.